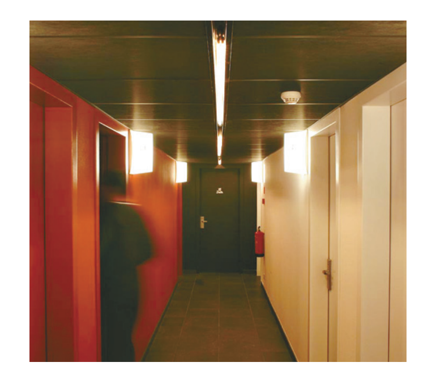
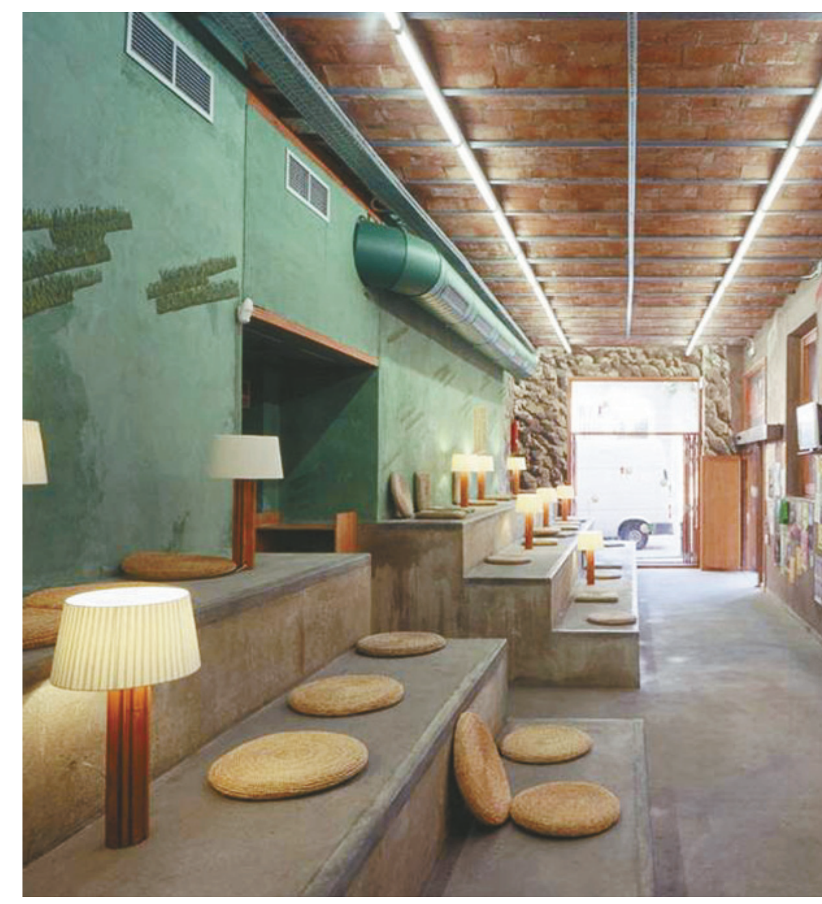

m²
SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PAGINA/12.
SABADO 2 DE DICIEMBRE DE 2006.
AÑO 8. Nº 406.
Només clients de l'hotel
Solo clientes del hotel
guests hotel only
camper
una firma española que hace 120 años
anda en eso de reciclar y que se
va acercando a nuestro sur







La firma Camper empezó en el siglo XIX reciclando y conservando por pobreza, nomás, y se refundó en los ’70 como generadora de diseño con ideas. Arriba, una de las tiendas provisorias hechas con cajas de zapatos. A la izquierda y en la foto principal, el hotel y restaurante de la familia mallorquín que ahora llega al sur haciendo escala en San Pablo, Brasil.

Avant la p

El mallorquín Miguel Fluxa cuenta orígenes y razones de Camper, una etiqueta de diseño forjada hace más de un siglo con valores que hoy empiezan a estar de moda: respeto por el medio ambiente, simplicidad y austeridad.

POR LUJAN CAMBARIERE

“Camina, no corras” es una premisa que debiéramos adoptar para ganar calidad de vida. Y que además puede ser clave de éxito económico. Esto que afirma Camper, la empresa española que tiene la frase como slogan, es emblema para los amantes del diseño y se jacta de no vender calzado (su negocio principal) sino un estilo de vida. Filosofía que por otra parte profesan desde hace más de 120 años cuando valores como el cuidado del medio ambiente, la austeridad y la simplicidad no estaban en boga.

Su creador, Antonio Fluxa, era un artesano zapatero de la Mallorca previa al boom turístico, cuando la región era bastante pobre. De ahí que su primer modelo fuera un fiel exponente del ahora mentado *ecodesign*, hecho de una especie de arpillera y suela de neumático. Fue Lorenzo, nieto de Antonio, quien apodara a la empresa Camper (campesino) allá por 1975, vigorizando los valores de su abuelo a través de otras señas particulares de la firma como nuevas tipologías de zapatos y elementos gráficos como dibujos en las suelas.

Desde entonces muchos de sus diseños dan cuenta de su filosofía. Por caso, varios de los conceptos más exitosos de la firma: el modelo Pelotas, hecho en cuero y suela de poliuretano con salientes en forma de bolas que masajean los pies, el Twins, asimétricos, inspirado en el arte, o uno más reciente, el Wabi, en versión silicona con fibra de coco o en yute de Bangladesh. Y por supuesto, la comunicación (bolsas, revistas, campañas) y la ambientación de los locales basados en nuevos conceptos como el de la tienda temporal que lanzaron con el catalán Martí Guixé y que consiste en montar locales a base de cajas de zapatos donde los clientes interactúan dejando mensajes en las paredes. O la última en Londres, que encargaron al reconocido diseñador español Jaime Hayón.

En 1981 abrieron el primer local en Barcelona, en 1992 comenzaron la expansión internacional con filiales en Inglaterra, Francia e Italia. Además ampliaron el negocio a un hotel *Casa Camper* en Barcelona, un edificio del siglo XIX restaurado por Fernando Amat y Jordi Tió en clave lujo esencial, con nada de ostentación, pura funcionalidad, materiales nobles y detalles que hablan de un estilo de vida como las bicicletas que cuelgan del hall de entrada para que cada huésped pasee por Barcelona con la suya. Y el restaurante *FoodBALL*, que como no podía ser de otro modo es un fiel exponente de los principios de la Slow Food (“Comida sana para la gente y limpia para el planeta”). Allí todo: desde las bolitas de verduras hasta los pufs de fibra vegetal para sentarse son amigables con el medio ambiente.

De paso por Buenos Aires, Miguel Fluxa, cuarta generación Camper, contó de primera mano a **m2** algunas claves del suceso que para felici-





Con este cupón en promoción $49

Con este cupón en promoción $55

Con este cupón en promoción $67



Las zonas y horarios de entrega quedan sujeto a disponibilidad de distribución

LLAME Y RECIBA SU PROMOCION 4686-6600

LINEAS ROTATIVAS

Atendemos en Capital Federal y GBA hasta 70 km.

Planta Modelo en Latinoamérica: Gregorio de Laferrere 5940 CAP FED

email: info@aqualine-ar.com.ar

De Lausana a Buenos Aires

POR MATIAS GIGLI

El estudio de Jacques Richter e Ignacio Dahl Rocha abre un despacho en Buenos Aires, lo que inicia una nueva instancia en la interesante carrera de estos arquitectos argentinos que trabajan en Suiza. Esta vuelta se viene dando en forma paulatina desde hace unos años con las visitas de Dahl Rocha a la Universidad Di Tella y su participación en el posgrado como profesor invitado, y dando charlas en el CPAU y en la SCA. Se reforzó con el Premio Bienal CPAU-SCA en la categoría “obras construidas por arquitectos argentinos en el exterior”, otorgado dos meses atrás en el Centro de la Cooperación de la avenida Corrientes.

Este equipo es el resultado de la sociedad de dos compañeros de facultad que cursaron en Buenos Aires y luego decidieron seguir sus carreras en Suiza. Con la presentación de un libro monográfico de su trabajo traído desde Suiza, se muestra de forma estupenda su obra en Europa. Es la historia de una sociedad de arquitectos que viene trabajando muy bien en la ciudad de Lausana desde principios de los ‘90, básicamente en cuarenta proyectos de los cuales diez fueron el resultado de concursos ganados. El resto de las obras surgieron de encargos de corporaciones, desarrolladores inmobiliarios, entidades gubernamentales, instituciones bancarias, compañías de seguros, escuelas y unos pocos clientes privados.

Si bien en el libro no figuran sus primeros trabajos en San Isidro de arquitectura ladrillera, se reflejan las intervenciones suizas como la ampliación de La Prarie Clinic, un centro de salud sobre las márgenes del Lago Lehman a la altura de Clarens-Montreaux, en la que se destaca la perfecta adaptación de la obra nueva a la existente, rescatándose la tranquilidad que trae al conjunto la generación de un edificio semienterrado, con verde en su azotea, que se lleva perfectamente bien tanto con el edificio existente como con sus vecinos de techos de tejas coloradas.

La sensación que deja la publicación al ver pasar las fotos de las obras ya construidas es que se trata de la labor de un grupo de profesionales maduros, en la cual el trabajo de proyectar está absolutamente ligado a la tarea posterior del hacer y la del verificar que todo lo proyectado se materializa con un rigor y un grado de aproximación a los detalles remarcables.

Su arquitectura refleja un interés tanto en la relación con el territorio y la ciudad como con el diseño de los espacios interiores de sus obras.

La fábrica Nestlé en Vevey les permitió también diseñar edificios de mucha calidad tanto arquitectónica como gráfica-visual en la que las marcas de la empresa se transforman en iconos que ayudan a generar identidad en las arquitecturas proyectadas. Sorprende también la constante búsqueda en los espacios exteriores generados en los conjuntos de viviendas.

Es de esperar que las futuras intervenciones en nuestro país tengan el mismo rigor y calidad que sus predecesoras europeas.







page

dad de los amantes locales de esta etiqueta se está acercando al Sur (acaban de abrir local en San Pablo).

–¿Cómo nace esta conciencia y valores como el cuidado del medio ambiente?

–Camper, que significa campesino en mallorquín, nace en un entorno que sin dudas condiciona sus valores. Mallorca era una isla humilde hasta la llegada del turismo a mediados de los ’60. De hecho, el primer zapato Camper fue un zapato reciclado que utilizaban los campesinos de la isla. Un calzado con historia hecho artesanalmente con retazos de toldos de carruajes, trozos de piel recuperados de la fabricación de calzado y suelas de neumáticos usados. Un reciclaje auténtico, basado en la necesidad y no en la abundancia.

–¿Qué visión cree que tuvo su bisabuelo para poder crear una empresa de la nada?

–La verdad es que no lo sé. Seguramente era un hombre con muchas inquietudes que se interesó por la Revolución Industrial que estaba ocurriendo en Inglaterra durante su época.

–¿Qué rol ocupa el diseño en Camper?

–Camper nace en 1975, aunque sus orígenes se remontan a 1877 cuando mi bisabuelo funda la primera fábrica de calzado mecanizada de España. La firma incorpora el diseño a esa herencia industrial de productos de calidad. En el ’75 acaba la dictadura en España y son épocas de cambios profundos en los que había muchas ansias de modernidad y de que las cosas cambiaran. Y el diseño ha sido un elemento clave desde los orígenes, ya sea en el producto, la arquitectura, la gráfica y la comunicación.

–Decía que son fundamentales para ustedes los gráficos. ¿Por qué?

–Todas las facetas del diseño han sido importantes en Camper desde sus inicios, incluyendo el diseño gráfico aplicado a la comunicación, tiendas, las cajas de los zapatos, las bolsas y el propio producto. Tenemos una historia gráfica muy interesante y que nos caracteriza con colaboradores de la talla de Carlos Rolando, Martí Guixé, Mariscal, América Sánchez, Oscar Mariné, Menphis, entre otros.

–¿Cómo surge la idea de sumar un restaurante y un hotel?

–La idea del hotel surge de la necesidad de evolucionar la marca y de la voluntad de hacer las cosas diferentes. Cuando la marca empieza a ser reconocida en España y en el exterior, empiezan a surgir propuestas de licenciarla en distintos productos como anteojos, ropa o relojes. Como no creemos demasiado en las licencias, ya que es cierto que puedes perder un poco el control del producto con ellas, surgió la idea de hacer algo completamente diferente como puede ser un hotel o un concepto de comida sana, pero absolutamente alineado a nuestra filosofía.

–¿Cuáles son y en qué consisten los proyectos sociales que manejan?

–La mayor responsabilidad de una empresa es crear buenos puestos de trabajo. A partir de ahí, colaboramos con distintas organizaciones en proyectos sociales en el tercer mundo y sobre todo en proyectos medioambientales. Esto de rescatar técnicas y materiales olvidados. Además, tenemos una escuela de campesinos en Mallorca en la que enseñamos a cultivar con métodos de agricultura orgánica.

–¿Cuáles se ven reflejados en los productos?

–La línea de zapatos denominada Wabi intenta desde su concepción y diseño tener en cuenta aspectos medioambientales. En este caso se trata de un zapato lanzado en el año 2000, compuesto solamente por tres elementos: un protector reciclable (compuesto por un solo material), una plantilla biodegradable hecha de coco y látex, y un calcetín termorregulable de algodón orgánico. Con este mismo concepto trabajamos con comunidades en Bangladesh y Sudamérica, donde cooperamos con artesanos utilizando sus diseños y materiales locales y sustentables como el yute, plátano o el sisal.

–¿Le dan valor a la artesanía?

–La artesanía es un elemento esencial de nuestra cultura. A pesar de que somos una empresa industrial llevamos a cabo proyectos de colaboración con artesanos de distintos países.

–¿Cuáles son los casos de las líneas más exitosas?

–El Pelotas ha sido nuestro gran referente y el producto más conocido de Camper. Es un producto que el año pasado cumplió diez años, lo que refleja nuestra voluntad de crear productos con buen diseño que puedan durar muchos años y no productos de moda.

–¿Y las más innovadoras?

–El Wabi, por todo el concepto que hay detrás. Es un producto revolucionario, hecho a partir de tres elementos.





CAL Y ARENA

Posgrado

Este lunes abre la inscripción para la carrera de Restauración de Edificaciones Históricas que se dicta en la Facultad de Ciencias Fisicomatemáticas de la UCA. La especialización fue acreditada por la Coneau y parte de la necesidad de formar a los profesionales en historia de la arquitectura, valores artísticos y estéticos, patologías de la construcción, tecnologías y prácticas de intervención, con un eminente énfasis en la formación profesional concreta para actuar en este campo profesional que está en franca expansión. No sorprende que los laboratorios de la UCA –físico, químico, de materiales y de suelos– tenga un



importante rol en la carrera. El formato es de quince seminarios y un taller de proyectos que recorren teoría de la restauración, historia de la arquitectura argentina y regional, técnicas de relevamiento y documentación, materiales, patologías, procedimientos, laboratorio, técnicas arqueológicas, aspectos legales, planificación, gestión y ética profesional. En total son tres cuatrimestres a partir de marzo del 2007 y 150 horas de laboratorio en el cuarto cuatrimestre, dedicadas a un proyecto concreto del alumno. Dirige el master en restauración Marcelo Magadán. Informes e inscripción en Alicia Moreau de Justo 1500, 4338–0756/7/8, *posinge@uca.edu.ar*

Navideña

El Museo Nacional de Arte Decorativo inauguró ayer su exposición Navideña 2006, cuya estrella será la exhibición de un maravilloso Libro de Horas medieval, el De la Virgen realizado en el siglo XV en París por el taller del maestro François. Los libros de horas eran colecciones de plegarias y lecturas religiosas para la devoción privada, muy usados por la nobleza medieval y renacentistas. Este ejemplar fue comprado en París en 1911 por María Errázuriz, cuyo palacio aloja el museo y es una pieza de iluminación sobre pergamino de primer orden. El programa incluye varias actuaciones de coros.

Shopping Fiestas

El CMD anuncia la realización de la última feria del año en El Dorrego, Zapiola y Dorrego, que se desarrollará todos los fines de semana de diciembre de 16 a 21 con más de 120 expositores. Hay música en vivo, cortos, exposiciones gráficas y de concursos. Cronograma de actividades y cupones de descuento en *www.cmd.gov.ar*

Dos furcios, un fallo

La asambleas contra las torres, el mal gusto de la nueva Plaza de Mayo, la demolición del Correo Central y un fallo que puede hacer historia.

POR SERGIO KIERNAN

Habrá que dejar que pase el tiempo para estar seguros pero, en cuanto al tema patrimonial y de construcción, noviembre fue un mes más que interesante. “Interesante”, en este caso, usado como en la maldición china, la que cortésmente te desea una vida llena de eventos. Porque lo que está empezando a pasar es que saltan los chispazos entre gente y gobierno, entre vecinos y profesionales. Son flashazos brillantes y nuevos, porque personas comunes se les están plantando a quienes les planifican la realidad física.

Los vecinos de varios barrios porteños salieron a la calle para parar las torres, usando el modelo asambleísta entrerriano. Rápido de reflejos para ser gobierno –un ser de lo más vegetal a la hora de reaccionar–, el porteño suspendió las torres por noventa días, con la excusa de pedir informes sobre la infraestructura de los lugares donde se construyen esos edificios enormes. A poco, la Legislatura comenzó a tratar ideas de restringir las alturas en zonas de Palermo y Coghlan. Con un poco más de presión, se logrará que las torres sean una rareza limitada a los bordes urbanos, donde sí pueden ser útiles atrayendo población y donde no destruyen un tejido urbano, cultural y social ya existente.

Esta destructividad es una cuestión de escala y saturación. Cuando se instala algo de veinte o treinta pisos en un barrio, todo lo demás queda pequeño y apichonado. Ni la catedral más garbosa se salva, como demuestra el horizonte que rodea a la de La Plata. Un barrio entero que queda disminuido por un solo negocito de una empresa: por algo en la Legislatura se habla de prohibir la unificación de terrenos, vía para construir bien pero bien alto.

Por otro lado, la saturación, que resulta de reconstruir una ciudad a una altura mayor. Simplemente, la ya muy alta tasa de personas por metro cuadrado de Buenos Aires subirá, cumpliendo el sueño de la dictadura militar de llegar a los 5 millones para una ciudad que hace muchas décadas se estabilizó en tres. Aunque alcancen los caños, las líneas telefónicas y la presión de gas, lo que no alcanza son las calles, las avenidas, los subtes y las veredas. ¿Dónde meter tantos autos? ¿Dónde meter tanta gente?

San Pablo, Brasil, era una ciudad como Buenos Aires que quedó en veinte años rendida bajo el smog y el hacinamiento, con su clase dirigente desoyendo toda advertencia en nombre del “progreso” y del pleno empleo para la industria de la construcción. Era un buen negocio arruinar completamente la ciudad con el simple y rentable expediente de demolerla y volver a construirla. Parece que nuestros vecinos entienden la nube que se les viene y hablan de cosas como ver el sol y el cielo, demandas ciudadanas tal vez fáciles de ridiculizar, si uno quiere pagar el costo político de sentirse tan superior.

Esta historia tiene final abierto, es un proceso que se desenvuelve y dependerá de cuánto se movilicen los vecinos. Lo que parece no tener remedio es el pensamiento estatal con respecto al ámbito público y a los lugares históricos. En estos días se revelaron con bombos y platillos dos concursos, uno porteño y otro nacional, que arrasan gravemente con la Plaza de Mayo y el Correo Central, a los que ni sus abuelas reconocerán cuando terminen las obras.

La Plaza de Mayo va a desaparecer y en su lugar van a construir un zócalo de pared a pared, seco y raspador, con lucecitas de colores en el suelo. Desaparece un lugar real para que con una tecla se hagan aparecer lugares virtuales. La plaza deja de ser una plaza para ser un... espacio, con riesgo real de ser un nolugar y con aspecto de playa de estacionamiento posmoderna. El proyecto es feo, carente de calidad, innecesario y caro. Ojalá que esta *gaffe* en el buen gusto público no llegue a hacerse antes de las elecciones y que el próximo jefe de gobierno la cajonee.

El Correo Central, por concurso nacional, va a perder miles de metros cuadrados para transformarse en sala múltiple, otra sede cultural que habrá que ver quién mantendrá en el futuro. El proyecto prometía *por escrito* respetar el exterior del edificio, que tiene todas las protecciones imaginables, pero su vasta mansarda va a quedar transparente, vidriada. Es una idea francamente anacrónica y muy destructiva de la identidad visual del edificio. La demolición interna, al menos, no es visible, pero parece que los profesionales de hoy no pueden hacer una obra sin enmendarles la plana a sus predecesores, costumbre adolescente que un jurado oficial debería, adultamente, moderar.

Por suerte, en medio de todo esto, el juez en lo contencioso administrativo porteño Roberto Gallardo sentó un precedente de oro en cuanto a la preservación real del patrimonio, con un fallo que va directo al bolsillo. En noviembre del 2000, la empresa constructora Ciada demolió la muy vieja casa Millán, en la avenida Alberdi a la altura de Flores, para construir un edificio. Lo hizo faltando a la ley, porque había una medida de no innovar que protegía el edificio, el más antiguo del barrio.

La medida de Gallardo fue francamente salomónica: condenó a Ciada a pagar un millón de pesos como multa y al gobierno porteño a destinar otro millón a la preservación, empezando por la puerta de la misma casa Millán que debe ser colocada en un lugar público con una placa que explique cómo fue destruido el edificio. La resolución no es histórica sólo porque multa pesadamente la avivada de la empresa sino porque pune al gobierno porteño por andar por ahí creando APHs y monumentos con una ley que no tiene dientes, que no impone castigos, que no se puede hacer cumplir. Un millón de pesos por la falta de rigor.

Seguramente ambas partes apelarán. No deberían quejarse: la ley inglesa haría que Ciada tuviera que reconstruir la casa usando materiales originales de época, a un costo colosal. Los ingleses la aplicaron una sola vez y la empresa castigada fue a la quiebra. Ahí se acabaron los vivos. Pero nuestra ciudad sigue navegando entre la timidez –no meterse con las empresas– y la confusión de novedades con progreso.

La industria paqueta

POR JORGE TARTARINI

La fábrica de gas carbónico devenida en shopping con nombre de abadía ya es historia. También los vaciamientos compulsivos de docks portuarios y sus marquesinas guarangas. Estas patéticas afirmaciones del Yo profesional a expensas del patrimonio de la industria, al igual que un producto devaluado, encuentran cada vez menos adeptos. Lo mismo que el facilismo proyectual que vacía, vacía y vacía sin parar... conservando inmaculadamente ladrillos rojizos, carpinterías de hierro y cuanto vestigio externo hable de su pátina fabril. Confeccionar una lista de los ticks profesionales más difundidos al tocar el tema industrial sería casi tan largo como inventariar las demoliciones causadas por las autopistas del pasado militar. Dejemos aquí por ahora este *morbus operandis*.

Ahora la industria vende. Sí, señores, se afirma en la ciudad como un nuevo modo de vivir en íntimo contacto con el pasado industrial. Sin hollín, humo ni olor. Sin aceites, grasas ni transpiración. Sin jornadas agotadoras ni ruidos, ni máquinas en producción. Y bienvenida sea la sana costumbre de recuperar sin demoler y de cambiar conservando, si así fuera. Merced a estas nuevas tendencias edificios fabriles desactivados albergarán nuevos usos residenciales, compensando tanta isla cultural solitaria que pulula por la ciudad.

Los conjuntos fabriles hoy son apetecidos por sectores que ven en ellos palacios y nuevas formas de habitar. Una especie de relanzamiento del loft de los ‘90, con renovado marketing y adaptado al atractivo de las zonas históricas de la ciudad, potenciadas por los efectos del turismo. *Home sweet home*, en envoltorios de apariencia fabril con nombres exóticos. El resultado se presenta como una curiosa, y reiterada, negación del pasado industrial.

Mientras Sor Gas Carbónico bendice las ventas en el norte residencial, las inmobiliarias inventan pomposos nombres para el sur industrial. No eran palacios de corte galo los que abundaban en el sur de la ciudad, sino Palacios de la Industria, del Trabajo y la Producción. ¿Por qué no sentir legítimo orgullo de esta cultura, de la epopeya del esfuerzo anónimo cotidiano y de los sueños que hicieron posible estas construcciones?

En ocasiones, cuando se plantean estos temas, la divisoria de aguas entre diseñadores y preservacionistas parece profundizarse. Las discusiones se polarizan y se cae en posiciones extremas. Se afirma que todo no se puede conservar, que el cambio es preciso, que no se puede coartar la libertad creadora, que estos espacios no poseen valores similares al patrimonio tradicional, etcétera. Mal que nos pese, aunque reiterado, estos planteamientos existen y lejos están de haber sido superados. Sin embargo, nuevos vientos se insinúan a favor del patrimonio industrial y los permisos de caza que tenían algunos para desfigurarlo han comenzado a caducar. La otrora inaceptable gratuidad se encuentra en crisis. Su salud no ha colapsado, pero la aqueja cierto consenso general cada vez menos propenso a digerir los edulcorados juegos escenográficos de décadas anteriores.

Es muy probable que la actual avanzada renovadora no conozca la dimensión real que alcanzó este universo industrial. A comienzos de la década de 1930, la industria porteña era la más poderosa de América del Sur, cimentada en grandes empresas con mano de obra calificada. Hasta la industria cervecera argentina era mayor que la brasilera. El consumo local compensaba holgadamente las diferencias de población. Y todo se producía en el mundo fabril que hoy luce en parte demolido, modificado o en transformación *by de luxe*.

No hace mucho escribimos la historia de una importante empresa argentina. Un magnífico caso de patrimonio empresario, nacido del empuje de un inmigrante llegado a estas tierras cien años atrás. Cuando estábamos terminando de reconstruir una rica historia, hecha de privaciones, duro trabajo y excepcionales logros, se nos pidió omitir en el relato definitivo el origen humilde que había tenido el pionero en sus inicios, cuando debió trabajar arreglando zapatos.

En ocasiones, el patrimonio industrial recuperado deja un sabor amargo parecido a estas omisiones por vergüenza, que dan vergüenza.